

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L	Türü Z / S	KHAS Kredisi	AKTS
Reklamcılıkta Yeni Trendler	AD 217	5	3+0+0	Seçmeli	3	6

Akademik Birim	Reklamcılık
Öğrenim Türü	Örgün
Ön Koşullar	-
Öğrenim Dili	Türkçe
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Koordinatörü	Yrd. Doç. Dr. Çağrı Yalkın
Dersi Verenler	Ayhan Tezcan
Dersin Yardımcıları	
Dersin Amacı	<p>Bu dersi alan öğrencilerin;</p> <ul style="list-style-type: none">Tüketiciyi ve reklamvereni anlama ve yorumlama becerileri kazanmalarıReklamcılığın ve mecraların değişen dünya ile birlikte daha yaratıcı ve etkili kullanımı ile ilgili örnekler üzerinden geleceğin iletişim dünyasını anlamaları ve öngörmeye hazırlıklı olmalarıMecra pazarlaması konusunda genel bilgi edinmeleri <p>beklenmektedir.</p>
Dersin İçeriği	Reklamcılıkta yeni eğilimler, reklamcılığın, tüketicilerin ve mecraların yeni eğilimler doğrultusunda değişimi ve gelecekteki konumu, fikir doğrultusunda oluşan yeni mecralar, gerilla reklamcılık, örnekler üzerinde sunumlar, mecra pazarlaması
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ)	<p>Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler:</p> <ol style="list-style-type: none">Geleneksel reklamcılığın sağladığı becerilerle geleceğin reklamcılığı üzerine düşünmek, yorumlamak ve öngörme becerisi kazanacakFikir kendi mecrasını yaratır sözünden hareketle yaratıcı mecra uygulama örnekleri üzerinde konuşabilecek ve yorumlayabilecekFikri geliştirmenin yanı sıra sunma becerileri edinecekToplantı yönetme becerileri kazanacaklardır.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders anlatımı, tartışmalar

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş	
2	Yıl 2020 sunumu: TV reklamlarında yeni eğilimler	
3	Yıl 2020 sunumu: TV reklamlarına inovatif örnekler	TV reklamlarında inovatif örnekler getirilecek
4	Yıl 2020 sunumu: Açık hava reklamcılığında yeni eğilimler	
5	Yıl 2020 sunumu: Açık hava reklamlarına inovatif örnekler	Açık hava reklamlarına inovatif örnekler getirilecek
6	Yıl 2020 sunumu: Yeni medya reklamlarında yeni eğilimler	
7	Yıl 2020 sunumu: Yeni medya reklamlarına inovatif örnekler	Yeni medya reklamlarına inovatif örnekler getirilecek
8	Usta reklamcılardan seçme sözlerin yorumu	
9	Sunum ve toplantı	
10	Yıl 2020 sunumu: Stratejik yeni eğilimler	
11	Yıl 2020 sunumu: Stratejik yeni eğilimlere örnekler	Stratejik yeni eğilimlere örnekler getirilecek
12	Dönem ödevi	Sunum konusu hakkında eğitime bilgi verilecek
13	Dönem ödevi sunumları	Sunum ders saat dışında hazırlanacak
14	Dönem ödevi sunumları	Sunum ders saat dışında hazırlanacak

Ders Notu	Okuma paketinden seçilmiş okumalar
Diğer Kaynaklar	

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI (ÖÇ)/PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) MATRİSİ

	PQ1	PQ2	PQ3	PQ4	PQ5	PQ6	PQ7	PQ8	PQ9	PQ10
ÖÇ1	1	2	2	3	2	2		2	1	2
ÖÇ2		2		2	2					2
ÖÇ3						3	3			2

3	Üst Seviyede Destekleniyor	2	Orta Seviyede Destekleniyor	1	Alt Seviyede Destekleniyor
---	----------------------------	---	-----------------------------	---	----------------------------

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ			AKTS / İŞ YÜKÜ			
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)	Etkinlikler	Sayı	Süre	Toplam İş Yüğü (Saat)
Katılım			Ders Saati (Sınav haftası dahil toplam 16xders saati)	14	3	42
Laboratuvar			Laboratuvar			
Uygulama			Uygulama			
Arazi Çalışması			Arazi Çalışması			
Proje	1	30	Proje	1	20	20
Ödev			Ödev			
Sunum/Jüri	1	30	Sunum/Jüriye Hazırlık	1	20	20
Derse Özgü Staj			Derse Özgü Staj			
Diğer Uygulamalar (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			Diğer Uygulamalara Hazırlık (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)			Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)	5	5	25
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar			Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar (Sınav süresi ve sınava hazırlık)			
Final Sınavı	1	40	Final Sınavı(Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	43	43
TOPLAM		%100	TOPLAM İŞ YÜKÜ			150 Saat 6 AKTS
AKTS kredisi, toplam iş yükünün 25'e bölümüdür. (1 AKTS = 25 saatlik iş yükü)						